

通过原创动漫为游戏导入用户流量——

动漫土壤长出游戏“摇钱树”

本报记者 余颖



左图 超级飞侠是近年大热的国产动漫IP，它即将被改编成针对幼儿的学习类游戏。右图 奥飞动漫获得了海贼王动漫授权，准备将其改编为游戏。下图 游戏玩家在体验动漫游戏。

本报记者 余颖摄



如果要问最近的游戏爆款是哪个？10个玩家们，至少有一半会说是《阴阳师》——在苹果APP商店里，这款游戏获得了超过30万条评价，5星满分。此款游戏改编自2014年7月推出的原创动画《画江湖之不良人》。截至今年9月，动画播放量超过35亿次。而今年当它被爱奇艺翻拍成网剧，又由网易推出手游，该动画片成为刷爆大众朋友圈的“网红”。依靠原创动漫导流量，靠手游赚钱，是中国动漫流行的变现路径。由中国音数协游戏工委、伽马数据(CNG中新游戏研究)发布的《2016年7至9月手机游戏产业报告》显示，TOP100游戏中52%为IP(原意指知识产权，现泛指为老百姓耳熟能详的、具有持久开发潜力的流行网络文学作品或影视作品)游戏，日漫风格的IP游戏仅次于玄幻类游戏，占有IP改编游戏的19.2%。

一步之遥—— 动漫变身游戏

游戏爱上IP，是因为有数据显示，有IP的手游下载转化率是无IP游戏的2.4倍，收入是无IP游戏的两倍，特别是自带海量用户的动漫、影视、文学作品，构成了游戏IP主流。这三种IP各有利弊。“影视IP如果不是来自于网络文学，它的上映时间通常只有三个月，像一些热门的周播剧也只有半年，为游戏持续导量的时间有限，推广力度就跟不上，影视热度一过，游戏容易出现后继无力的情况。”奥飞游戏首席商业官何子艺操盘过大量网络文学、影视动漫改编的游戏，很清楚其中门道。跟影视剧相比，动漫通常会连载播放很长时间，比如日本的《航海王》连载长达19年，漫画累计销量达3亿，全球第一；国内的《十万个冷笑话》也从2010年开始连载，至今已有6年，培养了大量忠实粉丝。改编成游戏后，不仅有原来的粉丝支持，动漫持续更新也会让游戏保持热度。连载时间很长的网络文学也是游戏的IP宝库。叫得上名字的网络文学作品，如《斗破苍穹》《盗墓》《斗罗大陆》等等几乎都有游戏版。“但网络文学改编游

戏有自己的门槛。如果直接从网络文学改为游戏，文中的人物没有可视化，游戏需要做第一手的还原，很难让受众满意。”何子艺认为，比起来，动漫离游戏只有一步之遥，特别是在人物形象上几乎不需要太多二次创作，外形服饰、语言风格都可以套用，改编相对容易。动漫到游戏的无缝衔接，还因为游戏爱好者与动漫天然契合。目前，19岁至45岁的中青年一代是游戏行业的主力军，其中26岁至35岁年龄段用户占比达到56%。当陪伴一代人成长的动漫，赶上了人手一台智能手机玩游戏的时代，“路飞”“哪吒”就轻轻松松地从漫画书走上了手机屏幕。今年10月的新游戏榜单上，二次元题材产品已经形成全面爆发之势。《阴阳师》《崩坏3》《命运一冠位指定》与《怪物x联盟2》分别在新游戏期待榜单与热门手游榜单有着突出表现，特别是《阴阳师》上线不足2个月，DAU已破1000万。

一掷千金—— 游戏“造富”动漫

动漫企业也愿意与游戏公司交朋友。不同于在线视频、在线音乐、在线阅读，游戏是少有的网友愿意付费的文化产品。仅今年前三季度，中国移动游戏市场实际销售收入就超过589亿元，还催生了一个词“氪金党”，用于形容那些在游戏世界里一掷千金的玩家。守着游戏金矿，游戏公司能为动漫IP开出天价支票。“据我所知，顶尖IP、头部IP改编动漫的授权费可以高达数千万元。”何子艺说，“一款月流水3000万元的游戏，如果热度持续9个月，总收入就是2.7亿元。根据当下行情，动漫IP版权方通常可以获得5%到10%的版权费，算下来，动漫公司就有上千万元甚至数千万元的收入”。这样的流水在游戏领域只是普通水平，但是对动漫企业来说不亚于天文数字。在过去的十多年里，动漫生产几乎不赚钱，电视台、视频网站和签约平台给出的费用杯水车薪，部分动漫企业要么靠政府补贴过日子，要么靠其他产业输血支撑。一款游戏授权就能带来数千万元的收入，动漫企业当然求之不得。手游的“造富”神话正在吸引越来越

多的参与者。跟单纯的游戏公司通过购买IP开发游戏不同，新来者已经开始通过泛娱乐计划反哺游戏，开始了自己的小说、动漫、影视计划，最终通过深度植入和定制模式，产生全新的游戏IP。今年3月份，爱奇艺将自制动画《灵域》改编成手游，曾创下连续10天iOS付费榜前三的成绩。8月《灵域》第三季开播后，爱奇艺又与国内知名的VR游戏团队互娱星梦联合开发一款针对移动端VR设备的游戏。同样在8月，国内最大的影视制作机构之一华策影视也发布公告，宣布分别向网游开发运营商乐为数码和亿动非凡增资2000万元，其中亿动非凡拥有《舞街区》《劲舞团》《乐舞OL》等开发及运营经验。10月，游戏圈迎来了迄今为止最大牌的动漫明星：奥飞娱乐。这个国内最大的动漫集团宣布投资逾十亿元跨界进入游戏业，一口气确定了十余款热门动漫IP改编游戏，包括《航海王激战》《怪物x联盟2》《十万个冷笑话2》等等。

用游戏术语来讲，新入局的奥飞游戏就是开了挂的那种玩家。他们旗下的IP覆盖广，数量大，从低龄段的《喜羊羊》到中青年段的《十万个冷笑话》《镇魂街》等，任何一个改编的游戏都自带流量，关注度极高。在《阴阳师》之前，日漫改编的游戏中最成功的就是《十万个冷笑话》手游版。

一览无遗—— 利用IP打造精品

IP的影响力虽然大，但它不是万能的。艾瑞分析认为，IP的作用在用户获取阶段最大，IP自带的粉丝效应可有效降低用户获取成本。但是如何将产品的IP价值发挥到最大化，则需要产品本身、版权方以及渠道等多维度合作。任何一个环节掉链子，超级IP改编的游戏都可能“扑街”。2013年和2014年前后，深圳几家公司拿到起点中文网著名作家唐家三少、天蚕土豆、我吃西红柿的授权，将其作品改编为《唐门世界》《莽荒纪》《绝世天府》等游戏，但并未成为常青树。在如今的游戏榜单上，这些超级IP早已不见踪影。

中国动漫应多些耐心

若瑜

音坊和天师府等江湖门派的纠葛，每集有悬念，环环相扣。这样庞大的剧情架构和推进形式在之前的国产动漫中极为罕见，吸引了许多国产动漫爱好者追随。老牌的《十万个冷笑话》故事情节很接地气，哪吒、李靖等人物形象出人意料，跳出了之前漫画的低龄感，很受欢迎。而且，就算是《超级飞侠》这样的低龄动画，制作技术也更加精良，连配音都用上专业演员，成为近年超级IP。淘宝上，乐迪和它的小伙伴们成为最受欢迎的周边产品，许多店铺月销量过万，幼儿园里还经常听见小朋友们合唱那首“一飞冲天”的主题曲。

打铁还需自身硬。动漫本身质量过硬，得到粉丝认可，自然就成为资本追捧目标。以前是动漫公司总想找人合作，现在是其他产业求着动漫公司授权，好IP往往能卖出天价。有持续营收对动漫产业肯定是好事。但也要提醒动漫公司不要被卖IP的“快钱”冲昏了头，还是要静下心来做好本行，养好IP。培养一个好IP至少需要5年。5年的持续更新，才能有足够的情节沉淀去展开游戏，才有充足时间淘汰没有后续力量的作品和企业。留下来的往往是经过市场检验的佳作，积累了足够多粉丝。

“一款游戏，从立项到上线封测至少要6至9个月，仓促上马根本无法保证质量。像我们目前正在打造的《镇魂街》游戏，跟原作者合作，预计2017年下半年推出，制作周期近一年。”何子艺说，“有些急功近利的中小游戏厂商来不及深挖IP底蕴，只是给游戏人物加一个动漫中的形象，出来的游戏很容易走形”。“如果把IP元素拿掉，游戏是不是有自己独特的玩法？是不是足够好玩？”拿到《灵域》的VR授权后，互娱星空COO郭森一直在跟团队琢磨：“VR能够带来更强烈的沉浸感，我们一方面要利用这种优势，一方面也注意尽量减少玩家的被动转头、突然奔跑、突然停止等动作，避免造成眩晕。”由于《灵域》还在保密期，不能讲太多，但他还是透露，游戏将完整还原动画片的二次元战斗场景。

即将推出的《十万个冷笑话2》也发扬了动漫原作特质，比如新手阶段，玩家将发现有的BOSS的“血条”(游戏术语)特别长，打不过，这个时候可以用手指将BOSS的“血条”抹掉；有的BOSS会有“无敌”的状态，没法打，但只要用手指按住他们的“无敌”两个字，就能对他们进行攻击。这些改编需要深入了解IP，也使得游戏和动漫IP跳出简单的买卖关系，变成了更深层次的合作。“目前，我国的游戏、影视剧、动漫、网络文学等产业发展已经不仅是单独的业态，跨界融合正成为行业发展主旋律，同时促进了泛娱乐产业链延展。”何子艺说，从这个意义上说，IP热才刚刚开始，动漫手游还有很大增长空间，“比如游戏会进一步细化，现在可能更看重一些重度游戏，未来一些体验式、冒险式游戏很适合改编成都市题材，甚至VR、AR、MR等新技术的出现，都会带来新市场”。

郭森也承认圈钱的IP游戏大量存在，但同样有真正爱游戏、想做出良心产品的企业也在努力，“像我们的游戏《人类拯救计划》就被SONY公司看好，很适合家庭娱乐”。今年，《阴阳师》能借助社交媒体成为现象级作品，已经证明游戏可以在二次元和三次元之间打开一条通道。而一旦走通，动漫就能从小众产品走向大众休闲娱乐产业。这一前景值得企业静下心来，打造精品。



中国的动漫企业大都渴望成为第二个迪士尼，能够建起一个动画王国，靠电影、衍生品授权、主题公园赚得盆满钵满。但是，由于国产动漫质量不高，衍生品盗版太多，主题公园客源不足，“第二个迪士尼”还没有出现的迹象。反倒是随着智能手机普及、泛娱乐高涨，彷徨的动漫企业终于找到了中国特色的变现路径——游戏，更准确地说是手游。国产动漫能够从手机游戏里赚钱，还是因为国产原创动漫质量持续提升，成了有价值的IP。比如新近爆红的《画江湖之不良人》，以唐末乱世为背景，设计了李唐王室后裔和玄冥教、通文馆、幻

助推票务市场透明化

“西十区”助粉丝买到真票

本报记者 周明阳

随着人们消费水平提高，“粉丝经济”日益兴起，看话剧、听演唱会、观看体育赛事成为大众娱乐消遣的新选择，更有铁杆粉丝为买到偶像演唱会门票不惜一掷千金。然而，热门演出一票难求，不得不找黄牛加价购买，又成为票务市场常态。

近年来，有不少在线购票网站尝试解决买不到票的问题。创办于2011年、总部位于上海的西十区是文化演出、体育赛事和休闲娱乐领域的一站式票务买卖交易平台，致力于提供齐全、安全的票务服务。2015年，西十区的交易额高达1.7亿元，高峰时网站上有780万张票挂售，近3000个演出同时售卖，单日交易额顶峰接近200万元。

打开西十区APP可以看到，各种演出类型都有覆盖。演唱会、话剧、歌剧、音乐会、芭蕾、曲艺杂技、体育赛事等门票种类齐全。抢票、求票等功能帮助粉丝买到稀缺票、尾票和折扣票。如果买了票没空看，还可以在平台上一键卖票。目前，西十区已经实现了对演出、赛事、展会及城市休闲娱乐在内的所有现场文化品类全覆盖。

西十区CEO李明伟告诉记者，与西方成熟市场相比，中国票务市场的发展相对比较滞后，整个运作模式还较为粗放。热门的演出赛事门票在常规票务网站上几乎买不到，大部分票流到了二级市场，但二级市场又存在票的信息不真实、价格太高等问题，甚至出现假票，售后保障的缺失给粉丝带来了经济损失。“票务流通这个环节，一级市场买不到，二级市场不靠谱。”李明伟说。

票源的丰富性是西十区要解决的首要问题，扩充票务来源也就成了西十区的主要任务。李明伟介绍，西十区将现有的B2C票务网站、主办商、场馆、票务代理等上游机构和个人作为供应商，打通一级与二级市场市场，建立起自由买卖的交易平台。“在西十区的平台上，大麦、永乐、格瓦拉、东方票务等票务网站，演出的主办商和个人卖家都是我们的供应商，我们的目的是将票源最大化地集聚到这个平台。”李明伟说。

扩充票源之后，西十区通过引入竞争机制，实现竞价市场化，防止价格虚高。在西十区的平台上，多个卖家同时售票，确保票价可以真实反映演出的热门程度和稀缺程度。此外，西十区引入尾票交易，临开演三天内的票务可以在线自由交易，满足观众临时购票的需求，填补了国内在尾票市场的空白。

西十区从上海起家，目前已拓展到北京、广州、深圳、杭州、南京、武汉、重庆等10余个城市，其业务模式也得到资本认可。2015年11月，西十区获得创丰资本5000万元融资，估值达4亿元。

深圳举办首个国际短片交易市场

本报讯 记者杨阳报道：中国国际新媒体短片节组委会日前公布，第七届中国国际新媒体短片节于今年11月25日至28日在深圳市光明新区开办中国首个国际短片交易市场。

据悉，国际短片交易市场旨在以短片版权交易、影视剧本及新媒体视频创作项目投融资，最新视觉特效技术成果展示、交流、交易为主，为年轻的短片创作人才、影视剧版权所有人、视觉技术研发机构与新媒体企业、影视制片公司及投资机构之间搭建信息交流、版权购买和项目创投的服务平台，促成网络短片、网络剧等新媒体视频内容版权、影视剧本、视频内容创作项目的交易及投融资，以及影视创作团队、人才、视觉特效科技合作。

据了解，本届短片节开办的国际短片交易市场具有国际化程度高、专业化程度高与市场化程度高等特点。此次交易市场共设40多个展位，共有18个国家和地区机构参展，国际参展机构参展率达到40%，包括来自英国、法国、葡萄牙、西班牙等国的短片创作和分销机构以及影视、新媒体公司，集中了电影企业、影视特效公司、新媒体科技公司、互联网视频平台、产业基地等各类相关机构，覆盖了影视策划、制作、发行、院线、宣传等全产业链各个环节。中影集团、华谊兄弟、光线传媒等中介机构均组团参展。

满洲里将办国际冰雪节

本报讯 记者马洪超报道：在近日于北京举行的第十三届中国蒙俄使者国际大赛(中国赛区)选拔赛上，内蒙古自治州满洲里市人民政府副市长王长春表示，第十八届中国蒙俄国际冰雪节暨第十三届中国蒙俄使者国际大赛，将于今年12月下旬在满洲里开幕。

据介绍，作为“中国·满洲里中俄蒙国际冰雪节”重要组成部分，“中俄蒙使者国际大赛”是国际化的选美大赛品牌，也是传播中俄蒙三国友谊与和平的纽带，是促进中俄蒙三国毗邻地区文化、旅游、经贸合作的平台。经过选拔赛评分，最终15位选手将代表中国参加总决赛。届时，她们将和俄罗斯选拔出的30位选手、蒙古国选拔出的15位选手展开对“中俄蒙使者”桂冠的角逐。

喜剧《呆呆计划》将公映

本报讯 记者崔国强报道：由浙江新影年代文化传播有限公司、深圳峰云天下影视投资有限公司、杭州岩华文化创意有限公司、北京聚迷互动影视传媒有限公司出品的港式黑色幽默喜剧《呆呆计划》将于今年12月9日登陆全国院线。该片意在刻画惊险荒诞的情节和富有张力的表演。自首款定档海报和预告片曝光之后，市场反响较好。

据悉，《呆呆计划》采用复杂的莫比乌斯环叙事结构，五条人物线索并行，局中局一层层剥开，真相动人心魄。导演森岛身兼编剧、导演、监制三重身份，让这部作品中的黑色幽默元素不流于表面，影片质感饱满。